从“中国人的浪漫”看北京冬奥会开幕式的国家形象建构

李京昆
（北京印刷学院，北京 102600）

【摘要】2022 年 2 月 4 日，北京冬奥会开幕式成功举办，成为中国展现国家形象的重要名片。既往研究多集中在三个领域：一是以新媒体为载体剖析北京冬奥会国家形象的展现、二是从文化层面分析冬奥会开幕式构建的国家形象、三是将冬奥会与国家形象放在全球化的视角来解读。以上三个领域多从宏观方面探讨，本研究则选取“中国人的浪漫”这一全民热议的话题作为切入点通过文化符号的搭建、对民众的关怀以及将瞬间编制永恒的艺术创造分析北京冬奥会开幕式构建与传播的国家形象。同时，“中国人的浪漫”这一话题被热议，背后反映了更深层次的文化自信，以及疫情背景下仪式对民众心理的补偿作用。此外，作为被抽象出来的话题，“中国人的浪漫”，也有助于集体记忆的形成，丰满并重塑着国家形象。最后，本文亦对研究不足做出了反思。

【关键词】北京冬奥会开幕式;国家形象;“中国人的浪漫”

Abstract

On February 4, 2022, the opening ceremony of the Beijing Winter Olympic Games was successfully held and became an important card for China to present its national image. Previous studies have focused on three areas: firstly, the presentation of the national image of the Beijing Winter Olympics through new media; secondly, the analysis of the national image constructed by the opening ceremony of the Winter Olympics from a cultural perspective; and thirdly, the interpretation of the Winter Olympics and the national image from a global perspective. While the above three areas are mostly discussed from the macro perspective, this study selects the topic of "Chinese romance" as the entry point to analyze the national image constructed and disseminated by the opening ceremony of the Beijing Winter Olympic Games through the construction of cultural symbols, the care for the people and the artistic creation of eternal moments. At the same time, the topic of "Chinese romance" is hotly debated, which reflects the deeper cultural confidence and the compensating effect of the ceremony on people's psychology in the context of the epidemic. In addition, as an abstracted topic, "Chinese romance" also contributes to the formation of collective memory, enriching and reshaping the national image. Finally, the paper also reflects on the shortcomings of the study.

一、导言

奥运会作为国际体育的最高赛事，是各国展示国家形象、增加国家知名度、进行形象建构与传播的重要途径。2022 年北京冬奥会的成功举办，向世界展现着独具特色的大国形象。关于北京冬奥会与国家形象的研究，既往文献多集中在三个领域：一是以新媒体为载体剖析北京冬奥会国家形象的展现、二是从文化层面解读冬奥会开幕式构建的国家形象、三是将冬奥会与国家形象放在全球化的视角来解读。与此同时，对奥运会开幕式的策划与呈现，在向世界展现自身形象中起着关键性作用，

并成为“国家名片”的重要组成部分。2022 年 2 月 4 日，北京冬奥会开幕式通过两个小时的精彩演绎，向世界诉说着中国故事，构建着灿烂、文明、浪漫的国家形象，而微博作为中国最具代表性的舆论场域，“中国人的浪漫”在北京冬奥会开幕式当晚占据微博热搜前列，成为全民热议的话题。对此，在以往研究的的基础上，本研究以北京冬奥会开幕式为基点，选取“中国人的浪漫”作为切入点，探讨“中国人的浪漫”为什么会被热议，以及对国家形象的建构有何意义等问题。

二、概念界定与文献回顾

（一）国家形象

国内外学界对于国家形象的研究由来已久。关于国家形象概念的界定，最早由美国学者肯尼斯•博尔丁在 1956 年提出，他认为国家形象是一个国家对自身的认知和国际体系中其他行为体对它认知的结合，是一系列信息输入和输出产生的结果[1]，学者斯科特在解释国家形象时认为，一个国家的形象包含了人们认识某国时所产生的认知、情感和行为三方面[2]。伴随着我国改革开放政策的实施，20 世纪 80 年代，国内学界对于国家形象的研究开始涌现，徐小鸽对国家形象概念的定义较早，他认为国家形象是一个国家在国际新闻流动中所形成的形象，即一国在他国新闻媒介的报道中所呈现的形象[3]。孙有中认为则国家形象是一国内部公众和外部公众对该国政治、经济、社会、文化等方面的认识与评价[4]。刘小燕认为国家形象是国家的客观状态在公众舆论中的投影，即公众对国家的印象、看法、态度、评价的综合反映，是公众对国家所具有的情感和意志的总和[5]。韩文乾则根据习近平总书记的主要论述，将国家形象概括为一定条件下一个国家的历史与现状、经济与政治、文化与社会等要素在本国公民和国际社会中形成的基本认知与整体印象[6]，这也是目前学界较为认可的概念。

（二）冬奥会与国家形象

随着全球化的国际大背景以及数字技术的发展，关于国家形象的研究也拓展到了各个领域，如社交媒体平台中的国家形象、对外传播关系中的国家形象等，同时，奥运会与国家形象的建构也是学界关注的重要领域。而针对此次北京冬奥会与国家形象的研究，胡百精从宏观上论述了北京冬奥会的举办对中国国家形象建构的重大意义[7]，此外，国内学者关于北京冬奥会与国家形象的研究主要从三个方面展开：一是以新媒体为载体剖析北京冬奥会国家形象的展现，胡岑岑从叙事人物、叙事场景、叙事类型和视听语言等方面分析了北京冬奥会短视频叙事对国家形象建构产生的影响[8]。二是从文化层面解读冬奥会开幕式构建的国家形象建构，郑珊珊认为北京冬奥会开幕式以“小叙事”承载“大理念”，并运用以情感人、符号隐喻方式打造全新的视听奇观，以世界共通的话语进行中国故事的讲述与国家形象的塑造[9]。三是从全球视角出发，针对当前疫情的大背景或是从人类命运共同体出发解读北京冬奥会的开办对于中国国家形象的意义与形象建构的策略，张昆、蒲蕤在《疫情背景

[1] Boulding,K.The image[M].MI:University of Michigan Press,1956:120-121.
[2]季乃礼.国家形象理论研究述评[J].政治学研究,2016(06):104-113.

[3] 徐小鸽.国际新闻传播中的国家形象问题[J].新闻与传播研究,1996(06):36-46.
[4] 孙有中.国家形象的内涵及其功能[J].国际论坛,2002(05):14-21.
[5] 刘小燕.关于传媒塑造国家形象的思考[J].国际新闻界,2002(02):61-66.
[6] 韩文乾.习近平关于新时代国家形象重要论述探析[J].科学社会主义,2021(06):40-46.
[7]胡百精.北京冬奥会与新时代中国国家形象构建[J].公关世界,2022(03):10-12.
[8]胡岑岑.个体视角下的短视频叙事与国家形象建构——以北京冬奥会中的短视频为例[J].当代电视,2022,(04):19-26.
[9]郑珊珊.从表征到内涵：北京冬奥会开幕式的文化解读[J].当代电视,2022(04):4-8.DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2022.04.002.

下北京冬奥会国际传播战略与实践策略刍议》中从当前全球疫情背景出发，以国际关系、国际舆论、国内发展状况为角度综合分析了北京冬奥会国际传播面临的机遇与挑战，并提出战略规划和策略实施的具体路径[10]。总的来看，目前针对北京冬奥会与国家形象的研究，主要以宏观分析和战略措施为主，而对于北京冬奥会开幕式的国家形象呈现，则大多集中在文化传播领域，缺乏具体的切入点和对观众及其背后所带来的意义的解读。

（三）“中国人的浪漫”

2022 年北京冬奥会开幕式于 2022 年 2 月 4 日在北京举行，微博作为国内最具代表性和草根性的舆论场域之一，当晚的微博热搜中“中国人的浪漫”、“张艺谋最懂中国人的浪漫”等话题占据前列，“中国人的浪漫”火爆出圈，成为全民热议的话题。诚然，该话题并不是第一次引起讨论，在 2020 年 7 月 1 日晚，庆祝中国共产党成立 100 周年的文艺演出《伟大征程》中，绚烂的焰火升腾出“100”的纪年，盛放在国家体育场上空，让全国人民为之震撼，“中国式浪漫”的相关话题也立即登上了热搜。如果继续追溯，诗人徐志摩的一本书就叫做《中国人的浪漫》，后来则延伸至中国人特有的含蓄、浪漫的特质。

基于对以上概念和文献的梳理，本研究选取了“中国人的浪漫”这一话题作为切入点，探讨北京冬奥会开幕式中的“中国人的浪漫”及其对国家形象建构的意义。

三、从“中国人的浪漫”看国家形象的建构

（一）记忆中的浪漫：共通的文化符号

文化符号，是一种能够代表某种文化特质，并产生高度影响力的象征体系[11]。而文化符号具有传统象征内涵及比喻意义，人们对文化的认识往往通过一种符号化的概念来实现。中华传统文化的印记正是凝聚着中华儿女智慧和文明进程的各种各样的传统符号，它们是中华元素在文化层面的象征载体，是中华传统文化深刻内涵的具体表达。同时，情感源自于人们多元的文化需求，通过典型的象征符号，能够唤起国人的文化记忆亦或者满足海外观众的多元文化需求，从而调动集体的共情，将人们从对物的感知引向情感的共鸣，再经情感转变为理念价值的认同，从而达到扩大传播效果的作用，即通过冬奥会开幕式中文化符号的传播，来建构良好的国家形象。

1、二十四节气

开场的二十四节气倒计时短片蕴含着独特的传统文化记忆，中华文化中的二十四节气，以影像的方式逐一呈现，并在更替过程中设置了冰雪运动的画面，与冬奥会的主题相契合。二十四个节气对应了 24 这一倒计时数字，并跟随计时器的变化而变化，最终迎来本届冬奥会开幕式的“立春”之时。选取二十四节气这一重要的文化符号，不仅能够唤起国人对传统文化的记忆，也让国人对节气有了更深层次的认识，加深其对于中国文化的自豪感与认同感。同时，北京冬奥会开幕式的倒计时环节大胆突破以往常规，选用 24 这一倒计时数字，也能够调动海外观众的好奇心，引导其了解 24 背后的中国文化，通过这一传统文化符号，与世界观众建立共通的意义空间，使中国在世界中极富文化底蕴的形象更加立体。

2、小草与绿色

北京冬奥会开幕式中的《立春》节目，选取了小草和绿色这两个关于春天较为典型的意象符号，小草意指高鼎《村居》中的“草长莺飞二月天，拂堤杨柳醉春烟。”

---

[10]张昆,蒲蕤.疫情背景下北京冬奥会国际传播战略与实践策略刍议[J].武汉体育学院学报,2022,56(01):5-12.DOI:10.15930/j.cnki.wtxb.2022.01.011.

[11]康康.传统文化在数字艺术中的传播与再生[J].艺术百家,2016,32(04):245-246+249.

开幕式利用科技手段，将近 400 根长长的发光柔性杆，打造成随风飘动的小草，展现了小草的顽强与生生不息，奏响了一曲生命赞歌。小草萌发预示春天来临，既体现奥林匹克精神不断迸发出新的活力，也寓意着中国充满生机和继往开来的国家形象。而绿色则代表希望，《立春》以绿色为主题色，向世界传递着人类必将战胜疫情与冲突的希望。小草与绿色勾勒出的春天记忆，呈现出中国欣欣向荣的国家形象，也是对奥林匹克之火永不熄灭的憧憬，更是对全世界全人类和平共处的希冀[12]。

3、黄河水与“破冰”

北京冬奥会开幕式中感觉象征符号的建构同样暗含了中国的传统文化，唤起了国人的文化记忆，如运用 8K+技术呈现的“黄河之水天上来”，则意指李白《将进酒》中的“黄河之水天上来，奔流到海不复回”，黄河水倾涌而下，场面及其壮丽，体现了源远流长、博大精深的中国传统文化，浓缩着中国人宽广的胸襟、丰富的情感与浪漫的情怀。随后，冰球运动员与影像冰球击打互动，完成了《破冰》这一节目的呈现，并展示出了“破冰”的内涵。在中国文化中，“破冰”代表着打破隔阂、化解矛盾、走近对方、相互理解[13]。“破冰”元素的运用，以中国文化来表达着对全世界人民的友善与关怀，构建起了维护团结、和平的大国形象。

（二）回归人民性：致敬沉默的大多数

提起中国式盛会，传统印象大多是对中华五千年悠久文化的宏大叙事，而有关人民群众个体生活情态的表现则相对有限。北京冬奥会开幕式打破了以往的刻板印象，“人”的个体标签被打破，人作为一种独立主动而非被动依附而存在[14]，人类的价值在开幕式的理念中得到体现。北京冬奥会开幕式让“中国人的浪漫”回归到每个中国人甚至是全体人类本身，塑造着以人民为中心的国家形象。

1、普通人的广场舞

北京冬奥会开幕式的暖场环节，由时长三十分钟的广场舞展开。广场舞作为中国人民喜闻乐见的娱乐和健身方式，展现着普通人的生活细节。登台表演者涵盖老、中、青、少四代，整个表演朝气蓬勃、活力无限，既传达了中国人民对美好生活的向往，呈现了普通人的生活细节，体现了对于人民的关注，又契合了奥运会是全民狂欢节日的意指。此外，全世界的观众通过观看北京冬奥会开幕式中的广场舞表演，了解中国普通民众的生活细节，达到了国际交流、理解与对话的目的。属于中国普通民众的广场舞表演，不但呈现出了精彩的中国故事，也展现出中国愿与世界人民“相互理解、友谊长久”的大国风范。

2、人民群像的升旗仪仗队

升国旗作为奥运会的重要项目，历来收到广泛关注。在北京冬奥会开幕式中，在升国旗奏国歌前，五星红旗经过中国各行各业的代表、国家功勋人员、56 个民族的代表等不同身份的人民手中，递交给升旗手，在传递过程中，伴随着小号手对《我和我的祖国》的深情演奏，令人动容。经由普通民众传递的不单单是国旗，更是一种理念精神。在由中国人民的群像组建而成的升旗仪仗队中，凸显着中国以人民为中心的国家形象。

3、对全世界人民的关怀

《致敬人民》这一节目让全世界各地的人民站到冬奥会开幕式舞台，来自世界各国的 76 名青年同向而行、脚下拓印出运动员拼搏超越，世界共克疫情的伟大图景，

[12] 孔祥莉,李晶.北京冬奥会开幕式直播的空间文本视觉修辞探析[J].当代电视,2022(04):9-13.DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2022.04.001.
[13] 马立明,黄泽敏.中国国家形象建构的逻辑演变及其深层原因——以 2022 年北京冬奥会开幕式为例[J].对外传播,2022(03):26-30.
[14]米歇尔·福柯. 福柯文选.Ⅲ,自我技术[M]. 北京大学出版社, 2016.

这既是对全民参与体育运动的表征，更是对中国冰雪运动和体育事业发展坚持人民为中心的内涵彰显。北京冬奥会是一项全球的冰雪运动盛事，通过《致敬人民》节目的策划，开幕式的理念由“我”飞跃成“我们”，从“中国人”上升到了全世界人类，体现了对于全世界人民的关怀，展现了胸怀大爱的国家形象。

（三）浪漫的延续：雪花与烟花

雪花与烟花作为浪漫的重要元素，这两个意向本身是短暂、易逝的，而在北京冬奥会的开幕式中，雪花与烟花的故事带来的中国式浪漫，则将瞬间变成永恒，从更为艺术的维度向世界展示着中国形象。

1、“一朵雪花的故事”的延续

北京冬奥会开幕式的总导演张艺谋将此次开幕式的主题概括为“一朵雪花的故事”。在点燃奥运圣火环节，带有各参赛代表团名字的小雪花逐渐汇聚，组成巨大的雪花火炬，内场传递的最后一棒火炬便是主火炬，这是百年奥运史上从未有过的“微火”。但“星星之火可以燎原”，这也是中国文化历来倡导的理念，一束小火苗“点燃”一朵雪花，最终凝聚起全世界人类熊熊燃烧的奥林匹克精神，是人类共同的一朵雪花。在西方的文化中，更偏向于世界上没有一朵雪花是一样的，而中国文化对于雪花的解读，则是李白的那句“燕山雪花大如席”，这样巧妙的设置，让全世界不同的雪花都汇聚北京，成为一朵雪花，代表了更团结的理念，即我们。“一朵雪花的故事”所构建的语境，能够让中国故事不断引发观众的情感共鸣，国家形象得以在观众潜意识中实现构建。“一朵雪花的故事”搭建起的雪花火炬，也会在奥运史册中得以记录与延续，正面而积极的中国形象得以建立。

2、“烟花”的瞬间与永恒

此次开幕式的烟花总设计师为蔡国强，同时他也与张艺谋合作了多场大型国际展会，其中就包括 2008 年的北京奥运会，蔡国强在国际上获得过很多奖项，是十分具有国际影响力的中国艺术家。在本次北京冬奥会开幕式中，蔡国强以“四两拨千斤”，再次刷新公众对盛会焰火表演的印象。开幕式焰火表演秉持简约理念，环保弹药只有 1800 发，用量仅为北京 2008 年奥运会的 10%。烟花设计的背后是中国的民族文化基础，这些烟花意向追求一种生生不息、生命永不停止的理念，围绕这一主题，就有了立春、迎客松、北国风光等一些充满能量的元素。蔡国强的烟花作品全然诠释了中国人独有的对意境的浪漫审美。

当蔡国强的冰雪烟花绽放在鸟巢上空后，实现了烟花这一媒介意象的横向传播[15]。烟花是瞬间的，但通过新媒体时代的数字传播技术，能够将烟花进行纵向的传播延续。抖音作为头部的短视频平台之一，以极大的包容度和创造性成为了多种艺术形式的承载媒介。蔡国强在短视频平台抖音中设计了“地球切线”这一烟花特效，每个普通人都可以通过这种方式“共创线上开幕烟花，助力冰雪健儿 ”。通过烟花特效，让千万普通人参与到这一冰雪盛典中来，让大家真实地感受到冰雪运动与自己的连接。人们通过短视频的烟花特效，来与之前观看北京冬奥会开幕式的烟花所产生的记忆与情绪，构成连接，将这一浪漫瞬间，延续下来，即成永恒。

四、“中国人的浪漫”的深层逻辑

（一）纵向：2008-2022，浪漫中的自信

2008 年的北京奥运会开幕式中，中国通过壮丽的景观塑造与宏大叙事，向世界展示了“我们是谁”。而到了 2022 年北京冬奥会开幕式，中国已不需要再刻意做“自我介绍”，中华文化不再大张旗鼓地呈现，而是灵活流动于每个环节之中，展现出大国的姿态，致力于构建人类命运共同体理念的传播，体现“一起向未来”的目标和

[15]哈罗德·伊尼斯.传播的偏向[M].何道宽,译.北京：中国传媒大学出版社,2015:35.

精神。这些变化意味着讲述中国故事的逻辑发生了改变，中国国家形象的建构已经开启新的思路，这背后的深层原因则是中国国家实力的增长与文化的自信。“当我们不再急于表达自己的时候，才有一种由真正的自信带来的淡定和从容。”北京冬奥会开幕式让传统元素与现代文明水乳融合，是一次颇具胆识的创新，这种长期取向文化的表达同样揭示了当下中国人民更深层次的文化自信[16]。

（二）横向：疫情大背景下，浪漫弥足珍贵

心理学认为，补偿心理是一种心理适应机制，个体在适应社会的过程中总有一些偏差，需要得到补偿[17]。当前的国际环境下，新冠肺炎疫情在全球蔓延，给各国政治经济发展带来了极大冲击，也让全世界人民处在苦难的心理状态中。疫情的常态化，长期的自我隔离，新冠本身带来的伤痛等都不同程度造成了民众紧张、焦虑甚至恐慌等心理。这种压抑的情绪急需一个释放与补偿的窗口，需要更多的人道主义关怀和人文精神鼓励。2022 年北京冬奥会的举办，正好成为全球大众释放情绪的平台，成为鼓舞全球抗疫士气、提振世界发展信心的重要契机。北京冬奥会开幕式中美好、纯净、和谐、浪漫的场景与元素，在如今苦难、艰难的国际大背景下，显得愈加珍贵。将关爱人类健康、打造人类命运共同体的宏大叙事融入北京冬奥会的精神主旨，以希望与关爱为传播主题，以共情叙事引发民众共鸣[18]，这场盛会的举办亦能消解疫情带来的负面情绪，提升民众的运动热情，增强人们对疫情之后恢复正常生活的信心。

（三）解构“中国人的浪漫”

涂尔干在对集体意识进行研究时提到仪式的功能，即仪式是在集体的共同体验与感受下，个体的集体意识得到激发和强化，从而达到集体意义上情感态度、信仰价值的一致[19]。事件的意义转化为情绪符号，将观众带入其中，产生一种肯尼斯•博克认为的“同情认同”。通过仪式，人类生存的世界和想象的世界借助于象征形式而融合起来，变为同一个世界，构成一种精神意识。在北京冬奥会开幕式这一仪式下，通过文化符号的搭建、对民众的关怀以及将瞬间编制永恒的艺术创造共同建构起了中国的国家形象，唤起了人民的集体意识与情感，那么“中国人的浪漫”成为全民热议的话题，则是将这开幕式带来的意义，抽象成了民众的情绪符号，利于形成集体的记忆，又重塑并丰满着国家的形象。但同时“中国人的浪漫”这一话题的内核是由一件件具体的事和具体的人打造，因此，也需要警惕该话题在互联网中被滥用，与其内核相背离。

五、结语

本研究以“中国人的浪漫”这一全民热议的话题为切入点，探讨了 2022 年北京冬奥会开幕式与国家形象的建构与传播，“中国人的浪漫”体现在开幕式中的三个方面：一是通过如二十四节气、小草、黄河水等文化符号的搭建，唤起民众共通的意义空间以及对浪漫的记忆，展现着文明灿烂的大国形象；二是对人民的关怀，让“中国人的浪漫”回归到中国人甚至是全体人类本身，构建并传播着以人民为中心的国家形象；三是将“中国人的浪漫”用更为艺术化的意向进行延续，将瞬间编织永恒。同时，“中国人的浪漫”这一话题在此次冬奥会开幕式中被热议，背后反映了中国更深层次的文化自信，以及在当前疫情大背景下，盛会能够起到鼓舞、抚慰与补偿民

[16] 陈曦.跨文化传播视阈下北京冬奥会开幕式的多维审视[J].当代电视,2022(04):14-18.DOI:10.16531/j.cnki.1000-8977.2022.04.008.
[17] 李桂珍.腐败与补偿心理错位[J].甘肃科技纵横,2014,43(09):103-104.
[18] 王莉.疫情背景下北京冬奥会与国家形象塑造：理论逻辑与实践路径[J].河北体育学院学报,2021,35(05):26-34.
[19]爱弥尔 • 涂尔干.宗教生活的基本形式[M].北京:商务印书馆,2011:421.

众心理的作用。此外，开幕式这场盛大的仪式中对国家形象的建构与意义，促使并被抽象成了这一全民热议的"中国人的浪漫"，那么这一话题也有助于民众集体记忆的形成，从而丰满并重塑着国家形象。

然而，本研究亦在以下方面存在不足：一方面，受时间和成本的影响，本研究并为更加深入挖掘研究数据；另一方面，考虑到文章的篇幅，本研究对于北京冬奥会开幕式中文化符号的分析不全面。以上不足希望可对接下来的研究提供一丝思路与方向。